

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era industrialisasi, perbankan merupakan suatu industri jasa yang dominan dan hampir menopang semua sendi perekonomian. Kelancaran modal investasi, modal kerja dan usaha, perdagangan, dan distribusi banyak ditentukan oleh ada tidaknya jasa pelayanan bank. Di samping itu, perbankan juga berfungsi dalam memperlancar dan mempermudah proses pengiriman uang (jasa transfer), dan juga memberikan penyimpanan barang dan surat berharga

Pengertian bank menurut UU Perbankan No.10 Tahun 1998 :

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak.

Bank perlu menghimpun dan mempelajari data tentang sumber uang dan berusaha mendapatkannya untuk ditarik ke bank. Dari dana yang terhimpun inilah, bank memberikan jasa pelayanan pemberian kredit dan pinjaman dengan segala variasinya dan program-programnya. Bank juga harus mampu memberikan pelayanan bagi masyarakat golongan ekonomi menengah maupun menengah ke bawah atau pengusaha kecil. Salah satu pelayanan bank kepada masyarakat dan pelaku bisnis adalah pelayanan jasa kredit. Kredit yang aman akan memberikan dampak yang positif bagi bank sehingga kepercayaan masyarakat akan bertambah terhadap bank itu.

Pengertian kredit menurut UU Perbankan No.10 Tahun 1998 :

Penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank di Provinsi Lampung yang telah berperan dalam menghidupkan denyut ekonomi Indonesia pada umumnya dan Provinsi Lampung pada khususnya dalam rangka pembangunan nasional. Bank Rakyat Indonesia memiliki beberapa cabang, cabang pembantu, dan juga unit yang tersebar di semua kabupaten di Lampung. Salah satu cabang pembantunya yaitu BRI Cabang Pembantu Natar. Berbicara tentang kredit, sejak dulu Bank Rakyat Indonesia sudah berkonsentrasi pada nasabah dari kalangan mikro, kecil, dan menengah. BRI adalah bank besar yang mempunyai pengalaman dalam menangani kredit kecil, menengah dan mikro, dibandingkan dengan bank-bank lain.

Tugas pokok Bank Rakyat Indonesia adalah menyelenggarakan usaha bank membentuk pembiayaan usaha-usaha dalam pelaksanaan pembangunan daerah dan turut mengembangkan pertumbuhan ekonomi daerah dalam rangka pembangunan nasional, serta untuk menghasilkan laba bagi kelanjutan usaha bank secara menyeluruh. Bank Rakyat Indonesia memiliki berbagai produk andalan sebagai alternatif pilihan masyarakat dalam menginvestasikan dananya. Dalam memasarkan produknya, perusahaan tidak terlepas dari kegiatan pemasaran sebagai suatu kegiatan pokok dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan. Kegiatan yang dimaksud adalah bauran pemasaran (*marketing mix*).

Kegiatan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Bank Rakyat Indonesia meliputi:

1. Produk (*product*)

Menurut Kotler (2000:508), produk adalah apa saja yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.

Produk/jasa yang ditawarkan oleh BRI Cabang Pembantu Natar bervariasi jenis dan keunggulannya, antara lain :

- a. Produk dana

Produk dana adalah berupa simpanan/tabungan yang disediakan oleh bank untuk masyarakat yang ingin menyimpan/menabung uangnya. Produk dana ini dibagi menjadi beberapa bentuk, yaitu:

- Giro, yaitu rekening simpanan pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, surat perintah pembayaran lainnya, atau dengan cara perintah pemindah bukuan.
- Deposito BRI, yaitu simpanan pihak ketiga dimana penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu sesuai dengan perjanjian. Deposito diperuntukkan bagi perorangan.
- Britama, yaitu tabungan disediakan untuk semua lapisan masyarakat termasuk Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dengan hadiah yang cukup menarik dan hanya ada di BRI. BRI memiliki 19 ATM di seluruh Provinsi Lampung.

b. Produk Kredit

Produk kredit merupakan pinjaman yang disediakan oleh bank dan dananya diperoleh dari masyarakat. Jenis kredit seperti ini hanya berada di BRI Cabang dan BRI Kantor Wilayah. Produk kredit yang ada di BRI dibagi dalam tiga skema, yaitu:

- Kredit modal kerja, yaitu kredit yang diberikan sebagai tambahan modal dalam rangka meningkatkan/mempertahankan volume usaha.
- Kredit investasi, yaitu kredit yang diberikan kepada perusahaan untuk pembelian aktiva tetap perusahaan, baik untuk proyek, bangunan, penggantian.
- Kredit pegawai berpenghasilan tetap, yaitu kredit yang diberikan secara kolektif bukan perorangan, dalam arti pembayaran angsuran pinjaman dipotong melalui upah/gaji yang bersangkutan. Peminjam adalah pegawai

yang telah diangkat menjadi pegawai tetap dari instansi pemerintah, BUMN, BUMD, dan swasta.

	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des
Pinjaman modal kerja	13,19	13,33	13,61	14,14	14,52	14,61
Pinjaman investasi	12,70	12,86	13,12	13,47	13,82	13,85
Pinjaman konsumsi	13,59	13,59	13,57	13,68	13,76	13,84

2. Harga

(*Price*)

Menurut

Kotler (2000:126), harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu. Kebijakan harga pada BRI Cabang Pembantu Natar terkait dengan besarnya suku bunga yang ditawarkan kepada nasabah. Ketentuan besarnya suku bunga ini dapat berubah sewaktu-waktu. Data suku bunga kredit pada BRI Cabang Pembantu Natar dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Tingkat Suku Bunga Kredit pada BRI KCP Natar Periode Juli – Desember 2008

Sumber: BRI KCP Natar, 2008

(dalam %)

3. Promosi (*Promotion*)

Menurut Kotler (2000:127), promosi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk mengomunikasikan produknya pada pasar sasarannya.

Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan guna memperkenalkan produk kepada pembeli, meyakinkan dengan harapan mereka tertarik untuk membeli produk/jasa yang ditawarkan.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Bank Rakyat Indonesia Cabang Pembantu Natar adalah melalui penyebaran brosur-brosur kepada masyarakat umum, menyponsori suatu acara atau kegiatan, dan juga melalui iklan-iklan baik di televisi maupun radio.

4. Saluran distribusi (*Place*)

Menurut Rambat Lupiyoadi (2001:61)

Place dalam *service* merupakan gabungan antar lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan di mana lokasi yang strategis.

Guna mempermudah transaksi antar rekening Bank Rakyat Indonesia dalam melayani nasabahnya yang bertempat tinggal cukup jauh dan tersebar maka Bank Rakyat Indonesia di Lampung membuka 6 kantor cabang yaitu di Tanjung Karang, Teluk Betung, Kotabumi, Bandar Jaya, Metro, dan Pringsewu,. Dan juga membuka 5 kantor cabang pembantu, yaitu di Sudirman, Liwa, Tulang Bawang, Natar, Kalianda, dan juga 56 kantor unit yang tersebar di berbagai kabupaten di Lampung.

5. Sumber Daya Manusia (*People*)

Sumber daya manusia merupakan faktor penting dalam mencapai keberhasilan suatu kegiatan pemasaran suatu perusahaan. Oleh karena itu Bank Rakyat Indonesia melakukan kegiatan-kegiatan pelatihan untuk para karyawannya, seperti program pendidikan, baik ketika pertama kali mereka bekerja maupun setelah mereka telah cukup lama bekerja dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan para karyawan dalam melayani nasabah. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Pembantu Natar memiliki 11 karyawan, yaitu 7 karyawan organik yang bidang kerjanya meliputi operasional seperti pelayanan tabungan, kredit, transfer, giro, dan deposito, dan juga terdapat 4 karyawan kontrak yang bidang kerjanya meliputi *payment point* seperti setoran PLN dan Telpon.

6. Proses (*Process*)

Menurut Rambat Lupiyoadi (2001:63)

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.

Proses pelayanan yang diberikan kepada nasabah tidak begitu sulit, untuk nasabah tabungan/simpanan dapat dilayani dengan bebas memilih jenis tabungan yang diinginkannya

dan mengisi formulir tertentu. Sedangkan untuk nasabah kredit dengan mengisi formulir tertentu dengan dilengkapi jaminan yang sesuai dengan peraturan yang berlaku serta mengikuti prosedur dari Bank, dan maksimal 5 hari proses pencairan dana apabila semua syarat telah dilengkapi.

7. Wujud Fisik (*Physical Evidence*)

Menurut Rambat Lupiyoadi (2001 : 60), *physical evidence* merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen. Wujud fisik berupa bentuk pelayanan yang bersifat nyata seperti bangunan dan sarana-sarana yang mendukung lainnya. Wujud fisik yang dimiliki oleh Bank Rakyat Indonesia Cabang Pembantu Natar adalah berupa satu kantor yang terletak di wilayah Natar, yaitu kantor 2 lantai, lantai pertama untuk operasional, dan lantai dua untuk *backoffice* seperti administrasi kredit dan laporan-laporan.

Ketujuh variabel bauran pemasaran tersebut di atas sangat berpengaruh dan turut menentukan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Adanya kebutuhan manusia yang tidak terbatas, hal ini tidak sebanding dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas, terlebih jika dikaitkan pada masalah keuangan yang dimiliki seseorang. Oleh sebab itu manusia mulai mencari alternatif dalam rangka pemenuhan kebutuhan akan dana tersebut. Banyak masyarakat memenuhi kebutuhan itu dengan memanfaatkan fasilitas kredit yang kini banyak ditawarkan oleh bank. Hal tersebut juga terjadi pada kredit yang ditawarkan oleh Bank Rakyat Indonesia yang mengalami peningkatan baik dalam jumlah nasabah maupun volume usahanya. Perkembangan volume kredit di BRI dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Perkembangan Volume Kredit pada BRI KCP Natar

Periode Juli – Desember 2008

	TARGET PERTUMBUHAN						REALISASI PERTUMBUHAN	
	JUL	AGU	SEP	OKT	NOV	DES	Rp	%
A. RITEL	25,933	26,472	26,801	27,207	27,529	28,143	6,528	100%
NPL (Rupiah)	1,239	1,380	1,236	1,003	1,322	799	212	-342%
NPL (%)	4.78%	5.21%	4.61%	3.69%	4.80%	2.84%	0	3.35%
a. KOMERSIAL	16,779	16,870	16,687	17,064	17,362	18,154	2,096	42%
NPL (Rupiah)	945	1,095	950	723	1,040	506	106	0%
NPL (%)	5.63%	6.49%	5.69%	4.24%	5.99%	2.79%	0	4.52%
b. KONSUMTIF	9,154	9,602	10,114	10,143	10,167	9,989	3,640	240%
NPL (Rupiah)	294	285	286	280	282	293	106	-171%
NPL (%)	3.21%	2.97%	2.83%	2.76%	2.77%	2.93%	0	1.38%
1. TAPSUN	8,981	9,439	9,959	9,995	10,026	9,854	3,744	213%
NPL (Rupiah)	294	285	286	280	282	282	95	-153%
NPL (%)	3.27%	3.02%	2.87%	2.80%	2.81%	2.86%	0	1.43%
2. KKB & KPR	173	163	155	148	141	135	-104	44%
NPL (Rupiah)	0	0	0	0	0	0		
NPL (%)	0	0	0	0	0	0		
2.1. KKB	129	120	114	108	102	96	-79	45%
NPL (Rupiah)	0	0	0	0	0	0		
NPL (%)	0	0	0	0	0	0		
2.2. KPR	44	43	41	40	39	39	-25	0%
NPL (Rupiah)	0	0	0	0	0	0		
NPL (%)	0	0	0	0	0	0		
B. MENENGAH	0	0	0	0	0	0	0	0%
NPL (Rupiah)	0	0	0	0	0	0	0	0
NPL (%)	0	0	0	0	0	0	0	0
C. KREDIT PROGRAM	359	345	331	317	353	285	0	0
NPL (Rupiah)	0	0	0	0	0	0	0	0
NPL (%)	0	0	0	0	0	0	0	0

Sumber: BRI KCP Natar, 2008

(Dalam Jutaan Rupiah)

Berdasarkan Tabel 2, pada tahun 2008 dapat kita lihat realisasi pertumbuhan kredit pada BRI KCP Natar pada beberapa jenis kredit belum tercapai. Pada kredit komersial realisasi pertumbuhan hanya tercapai 42% yaitu sebesar Rp2.096.000.000, dan pada kredit KPR realisasi pertumbuhan belum tercapai sama sekali atau sebesar 0%.

Volume kredit yang disebutkan di atas diharapkan termasuk kredit dalam kategori lancar, bukan kredit bermasalah. Berdasarkan ketentuan pemerintah, kredit bermasalah di Indonesia dibagi menjadi tiga golongan, yaitu :

- Kredit kurang lancar
- Kredit diragukan, dan
- Kredit macet

Berikut ini merupakan penggolongan kredit tersebut.

1. Kredit kurang lancar

Kredit dengan angsuran non-KPR dianggap kurang lancar apabila :

- Terdapat tunggakan angsuran pokok yang melampaui masa satu bulan, tetapi belum melampaui masa dua bulan bagi kredit dengan angsuran kurang dari satu bulan, atau melampaui tiga bulan tetapi belum sampai enam bulan bagi kredit yang ditetapkan bulanan, atau melampaui enam bulan, tetapi belum sampai dua belas bulan bagi kredit yang angsurannya ditetapkan enam bulan atau lebih.
- Terdapat cerukan karena penarikan yang jangka waktunya telah melampaui masa 15 hari kerja, tetapi belum melampaui masa 30 hari kerja.

2. Kredit diragukan adalah kredit yang tidak memenuhi kriteria kredit kurang lancar, namun dari penilaian kreditur disimpulkan bahwa :

- Kredit tersebut dapat diselamatkan, serta mempunyai jaminan kredit yang nilainya tidak kurang 75% jumlah nilai pinjaman pokok dan bunga yang tertunggak, atau
- Kredit tersebut tidak dapat diselamatkan, tetapi nilai jaminan kreditnya tidak kurang dari 100% jumlah nilai kredit dan bunga tertunggak.

3. Kredit macet adalah kredit yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut.

- Tidak dapat memenuhi kriteria kredit lancar, kredit kurang lancar, dan kredit diragukan, atau

- Dapat memenuhi kriteria kredit diragukan, tetapi setelah jangka waktu 21 bulan semenjak masa penggolongan kredit diragukan, belum terjadi pelunasan pinjaman atau upaya penyelamatan kredit, atau
- Penyelesaian pembayaran kembali kredit yang bersangkutan telah diserahkan kepada pengadilan negeri, atau telah diajukan permintaan ganti rugi kepada perusahaan asuransi kredit.

Kredit bermasalah menjadi bagian dari kehidupan bisnis bank dan lembaga keuangan lainnya. Berbagai penyebab debitur-debitur tidak mampu membayar bunga dan atau melunasi kredit yang mereka pinjam, mendorong pihak bank untuk mengadakan pendekatan mengenai perilaku konsumen, guna mendapatkan informasi sebanyak mungkin mengenai konsumen terutama faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan kredit. Faktor-faktor perilaku konsumen tersebut adalah faktor ekstern (kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga) dan faktor intern (motivasi, persepsi, belajar, konsep diri, sikap). Sangat penting bagi pihak BRI Cabang Pembantu Natar untuk memahami mengapa dan bagaimana tingkah laku nasabahnya dalam memanfaatkan kreditnya tersebut sehingga penerapan kebijakan pemasaran akan lebih terarah dan mencapai tujuan yang diharapkan perusahaan. Hal ini sangat menarik untuk dianalisis untuk mengetahui hubungan faktor perilaku nasabah kredit dalam memanfaatkan dana kredit pada Bank Rakyat Indonesia . Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Pembantu Natar dengan memilih judul

“ Analisis Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan Kredit Pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Pembantu Natar”.

1.2 Permasalahan

Perusahaan dalam pencapaian tujuannya tidak terlepas dari kegiatan pemasaran yang diharapkan dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, perusahaan harus dapat memahami perilaku konsumen. Berdasarkan Tabel 2, terlihat belum tercapainya target pemasaran pada tahun 2008. Jumlah realisasi pertumbuhan kredit komersial hanya tercapai sebesar 42% sebesar 2.096.000.000, dan pada kredit KPR realisasi pertumbuhan belum tercapai sama sekali. Salah satu penyebabnya adalah BRI KCP Natar dalam pengelolaannya masih kurang memahami perilaku nasabahnya. Berdasarkan uraian singkat tersebut di atas, penulis merumuskan masalah “Apakah faktor ekstern (kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga) dan intern (motivasi, persepsi, belajar, konsep diri, sikap) mempengaruhi nasabah kredit dalam penggunaan kredit pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Pembantu Natar”.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penulisan

Sesuai dengan permasalahan tersebut di atas, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui apakah faktor ekstern (kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga) dan intern (motivasi, persepsi, belajar, konsep diri, sikap) mempengaruhi perilaku nasabah kredit dalam pengembalian kredit pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Pembantu Natar.
2. Sebagai sumbangan pemikiran bagi Bank Rakyat Indonesia dalam rangka meningkatkan pencapaian tujuan usahanya.

1.4 Kerangka Pemikiran

Kegiatan usaha bank pada pokoknya dibagi menjadi tiga bentuk kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa keuangan. Salah satu bentuk realisasi dari kegiatan menyalurkan dana yaitu dengan dibentuknya bagian perkreditan di setiap bank. Penyaluran dana berhubungan dengan sektor pembiayaan. Adapun indikator yang digunakan

untuk menilai kinerja sektor pembiayaan di antaranya kelancaran penggunaan pinjaman dari nasabahnya. Dari penilaian indikator tersebut maka akan diketahui seberapa baiknya kinerja dari suatu sektor pembiayaan.

Menurut Basu Swastha (1997:10)

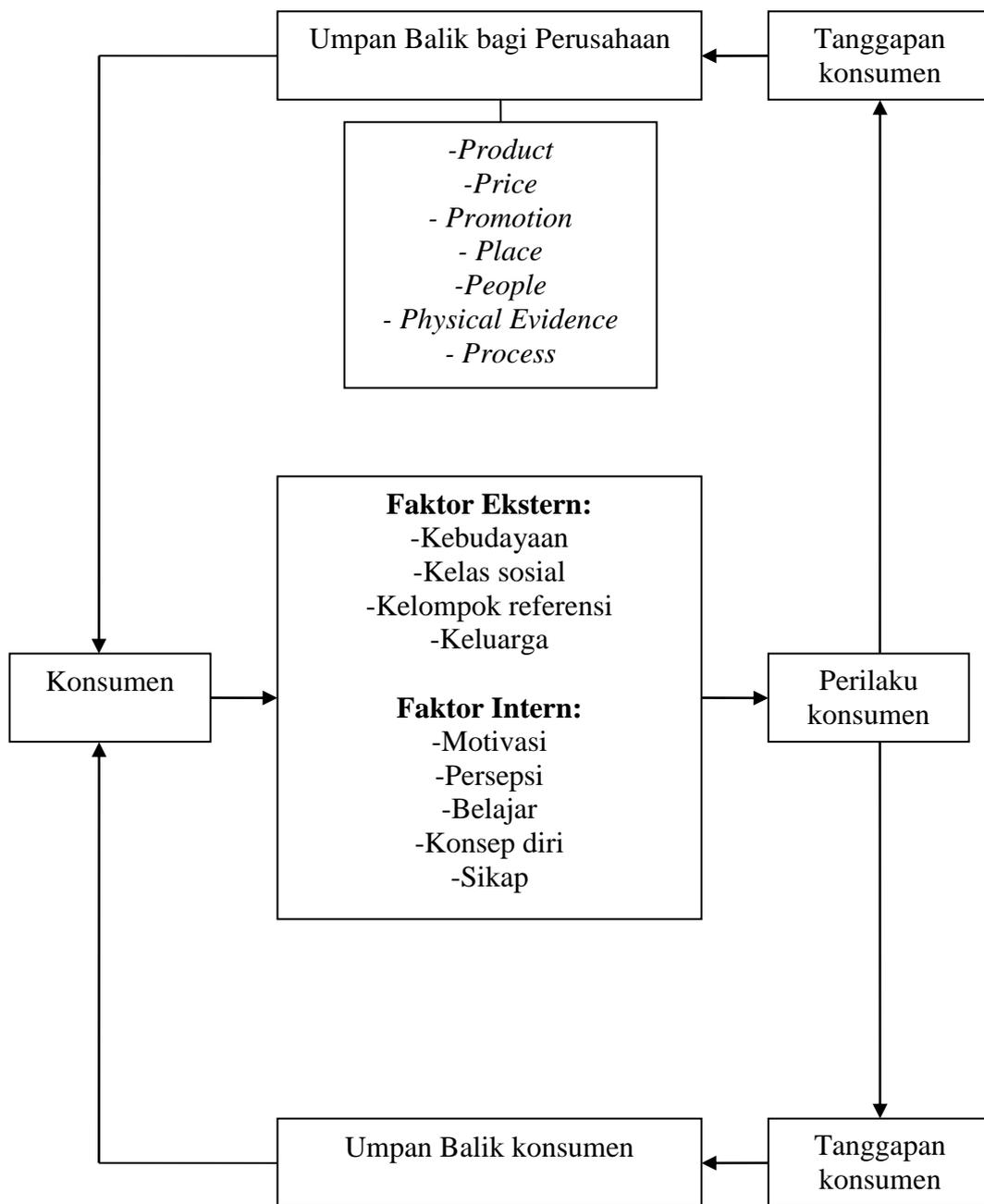
Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa termasuk di dalamnya proses mengambil keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.

Pengetahuan mengenai perilaku nasabah akan sangat membantu bank di dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya sehingga bank dapat berusaha untuk selalu dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya.

Menurut Basu Swastha dan T. Hani Handoko (1997:57) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu :

1. Faktor ekstern, yang terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga.
2. Faktor intern, yang terdiri dari motivasi, persepsi, belajar, konsep diri, dan sikap.

Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran



1.5 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang, permasalahan, tujuan penulisan dan kerangka pemikiran, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah bahwa terdapat pengaruh positif antara perilaku nasabah dalam penggunaan kredit pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Pembantu Natar dengan faktor ekstern (kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga) dan intern (motivasi, persepsi, belajar, konsep diri, sikap)